

Pengaruh Persepsi Pengguna Transportasi Publik, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya

Adit Toyyibi Lukmana *)

Agus Widarko **)

Restu Milaningtyas *)**

Email : 22201081086@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of public transportation user perception, service quality, and price on the purchasing decision of conventional bus tickets on the Madura–Surabaya route. This study employed a quantitative method with a causal approach. The population consisted of conventional bus passengers on the Madura–Surabaya route, while the sample comprised 96 respondents selected using purposive sampling and accidental sampling techniques. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 25. The results indicate that, simultaneously, public transportation user perception, service quality, and price have a significant effect on the purchasing decision of conventional bus tickets on the Madura–Surabaya route. Partially, public transportation user perception has no significant effect on purchasing decisions. In contrast, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, price also has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : *Public Transportation User Perception; Service Quality; Price; Purchase Decision; Conventional Bus; Madura–Surabaya Route*

Pendahuluan

Transportasi publik memiliki peran strategis dalam menunjang mobilitas masyarakat sekaligus mendukung aktivitas ekonomi, pendidikan, dan sosial antardaerah. Ketersediaan angkutan umum yang memadai tidak hanya mempermudah perpindahan masyarakat, tetapi juga memperkuat keterhubungan antarwilayah. Salah satu moda transportasi yang sejak lama digunakan untuk perjalanan antarkota adalah bus konvensional. Pada jalur Madura–Surabaya, bus konvensional masih menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk menunjang berbagai aktivitas, seperti bekerja, menempuh pendidikan, berdagang, maupun memenuhi kebutuhan sosial. Keberadaan layanan tersebut menjadikan bus sebagai bagian penting dalam mendukung mobilitas masyarakat di kawasan Madura dan Surabaya (Hasib et al., 2024).

Perkembangan sektor transportasi di Indonesia menunjukkan kecenderungan positif. Pada semester I 2025, sektor transportasi nasional tumbuh sebesar 8,75% secara *year-on-year*, sehingga menjadi salah satu sektor yang turut menopang stabilitas perekonomian nasional (Setiaji, 2025). Sejalan dengan perkembangan tersebut, pemerintah berupaya meningkatkan kualitas angkutan umum melalui berbagai kebijakan, salah satunya program BTS (*Buy The Service*) seperti Teman Bus yang diarahkan untuk meningkatkan standar pelayanan, keterjangkauan tarif, serta penerimaan masyarakat terhadap transportasi massal (Kemenhub, 2024). Pemerintah juga menekankan pentingnya pemanfaatan inovasi teknologi dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi pengelolaan transportasi darat (Biro Komunikasi & Informasi Publik, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa

peningkatan kualitas layanan transportasi tidak hanya berkaitan dengan aspek operasional, tetapi juga dengan bagaimana pengguna menilai pelayanan yang diterimanya.

Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan seseorang dalam memilih dan membeli tiket transportasi dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap layanan, kualitas pelayanan, serta harga. Bagung et al. (2024) menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket. Temuan tersebut sejalan dengan Rusmiyanto (2020) yang menunjukkan adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dalam konteks layanan konsumen. Namun, pengaruh masing-masing variabel tidak selalu menunjukkan hasil yang sama. Febriansyah dan Triputra (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak menunjukkan pengaruh yang kuat. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa keputusan pembelian bersifat kontekstual dan dapat dipengaruhi oleh karakteristik layanan serta pengguna.

Meskipun kajian mengenai kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan persepsi pengguna, kualitas pelayanan, dan harga pada bus konvensional rute Madura–Surabaya masih terbatas. Sebagian penelitian lebih banyak membahas transportasi online, BRT, bus antar kota, atau layanan transportasi pada wilayah perkotaan. Padahal, bus konvensional pada rute Madura–Surabaya memiliki karakteristik tersendiri, baik dari sisi pola perjalanan, profil penumpang, tarif, frekuensi keberangkatan, maupun persepsi pengguna terhadap kenyamanan dan risiko perjalanan. Keterbatasan kajian tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura–Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian perilaku konsumen dalam konteks transportasi publik sekaligus memberikan implikasi praktis bagi operator dan pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan, penetapan harga, serta pembentukan persepsi positif pengguna terhadap layanan bus konvensional.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Persepsi Pengguna Transportasi Publik

Persepsi pengguna transportasi publik merupakan proses kognitif ketika individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan berbagai informasi yang diterima dari suatu layanan transportasi menjadi pemahaman tertentu (Wardhana, 2024:77). Schiffman dan Kanuk dalam Rahayu & Afrilliana (2021:32) menjelaskan bahwa persepsi terbentuk melalui proses pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap rangsangan yang diterima individu. Dalam konteks transportasi publik, persepsi pengguna dapat terbentuk berdasarkan pengalaman terhadap fasilitas, kenyamanan, keamanan, tarif, keandalan, maupun perilaku petugas selama menggunakan layanan. Perbedaan kebutuhan, pengalaman, nilai, budaya, dan harapan menyebabkan setiap pengguna dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap layanan yang sama. Dengan demikian, persepsi pengguna dalam penelitian ini dipahami sebagai penilaian subjektif pengguna terhadap layanan bus konvensional Madura–Surabaya yang terbentuk melalui keterbukaan terhadap informasi, perhatian, dan interpretasi atas pengalaman pelayanan (Anhar & Haryati, 2020 dalam Tiffany & Rustam, 2023).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berkaitan dengan jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan pelayanan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono dalam Indrasari, 2019:61). Lupiyoadi (2011) dalam Indrasari (2019:62) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dan kenyataan pelayanan yang diterima. Semakin sesuai pelayanan yang diterima dengan harapan pengguna, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan. Dalam transportasi publik, kualitas pelayanan dapat tercermin

melalui kondisi fasilitas, ketepatan dan keandalan layanan, kecepatan petugas dalam merespons kebutuhan, jaminan keamanan, serta perhatian kepada pengguna. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui aspek *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebagaimana dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2009) dalam Indrasari (2019:63).

Harga

Harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa (Sudiyono et al., 2018:21). Kotler et al. (2022:63) menjelaskan bahwa harga merupakan biaya yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat atau nilai dari suatu penawaran. Dalam konteks transportasi publik, harga dapat dipahami sebagai tarif yang harus dibayarkan pengguna untuk memperoleh layanan perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Penilaian pengguna terhadap harga tidak hanya didasarkan pada nominal tarif, tetapi juga pada kesesuaiannya dengan kualitas pelayanan dan manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, harga dalam penelitian ini mengacu pada keterjangkauan tarif, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan harapan pengguna berdasarkan indikator Kotler (2008) dalam Indrasari (2019:42).

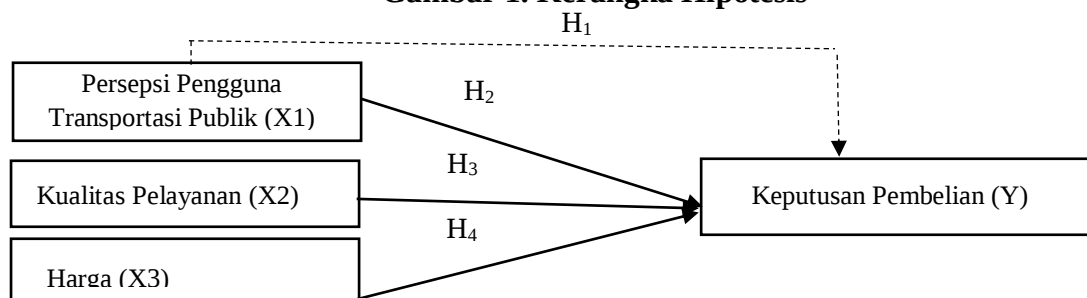
Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap ketika konsumen menentukan pilihan setelah melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia (Kotler & Armstrong, 2018:177). Peter dan Olson dalam Indrasari (2019:70) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan proses integrasi pengetahuan untuk mengevaluasi alternatif perilaku dan menentukan pilihan yang dianggap paling tepat. Dalam penelitian transportasi publik, keputusan pembelian dapat berupa keputusan pengguna untuk membeli tiket dan menggunakan layanan bus konvensional jurusan Madura–Surabaya. Keputusan tersebut dapat dipengaruhi oleh kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pertimbangan manfaat, serta pengalaman setelah menggunakan layanan. Oleh karena itu, keputusan pembelian dalam penelitian ini mengacu pada proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah pembelian sebagaimana dikemukakan Kotler (2009) dalam Indrasari (2019:75).

Hipotesis penelitian ini berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Persepsi Pengguna Transportasi Publik, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya
- H2 : Persepsi pengguna transportasi publik (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya
- H3 : Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya
- H4 : Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya

Gambar 1. Kerangka Hipotesis



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal untuk menganalisis pengaruh persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura–Surabaya. Penelitian dilaksanakan pada September 2025–Juli 2026 dengan lokasi pengambilan data di Terminal Purabaya (Bungurasih), Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Populasi penelitian adalah pengguna bus konvensional jurusan Madura–Surabaya yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan sampel menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 96 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *non-probability sampling* melalui kombinasi *purposive sampling* dan *accidental sampling*, dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, pernah menggunakan bus konvensional rute Madura–Surabaya, dan bukan merupakan kru atau pegawai operator bus.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden serta observasi terhadap kondisi layanan bus di lokasi penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen terkait transportasi dan literatur ilmiah yang relevan. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, yaitu persepsi pengguna transportasi publik (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3), dan keputusan pembelian (Y). Pengukuran setiap pernyataan menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari skor 1 untuk “sangat tidak setuju” hingga skor 5 untuk “sangat setuju”. Sebelum digunakan dalam analisis, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi. Persamaan regresi yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, dengan Y sebagai keputusan pembelian, X1 sebagai persepsi pengguna transportasi publik, X2 sebagai kualitas pelayanan, dan X3 sebagai harga. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji *t* untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dan uji *F* untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel independen secara simultan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan persepsi pengguna, kualitas pelayanan, dan harga dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78241718
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.050
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance		

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 1, hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar) 0.200, yang berarti lebih besar dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan telah memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi. Selain itu, nilai residual memiliki rata-rata yang mendekati nol, yaitu

0.00000000, dengan standar deviasi sebesar 1.78241718, yang menunjukkan bahwa penyebaran data masih berada dalam kondisi yang wajar. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Pengguna Transportasi Publik (X1)	0.567	1.764	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas pelayanan (X2)	0.667	1.498	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga (X3)	0.782	1.278	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan tabel, terlihat bahwa seluruh variabel independent memiliki nilai tolerance di atas 0.10 dan nilai VIF di bawah 10. Variabel persepsi pengguna transportasi publik (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0.567 dan VIF sebesar 1.764, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0.667 dan VIF sebesar 1.498, sedangkan variabel harga (X3) memiliki nilai tolerance sebesar 0.782 dan VIF sebesar 1.278.

Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel independen dalam penelitian ini tidak terlalu kuat. Artinya, masing-masing variabel masih memiliki karakteristik dan pengaruhnya sendiri dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian. Dengan demikian, tidak ditemukan gejala multikolinearitas pada model regresi yang digunakan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis tanpa menimbulkan masalah akibat adanya hubungan yang terlalu tinggi antarvariabel independen.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.187	1.144	1.038	.302
	X1	.005	.086	.008	.951
	X2	-.018	.052	-.045	.727
	X3	.022	.057	.046	.699

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel persepsi pengguna transportasi publik (X1) sebesar 0.951, kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.727, dan harga (X3) sebesar 0.699. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini. Dengan kata lain, penyebaran residual cenderung stabil dan tidak mengalami pola tertentu. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi klasik, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dengan tingkat kepercayaan yang memadai.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.817	1.816	3.203	.002
	X1	-.011	.137	-.008	.938
	X2	.281	.082	.333	.001
	X3	.479	.091	.475	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat hasil analisis regresi linear berganda yang menguji pengaruh persepsi pengguna transportasi publik (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari hasil tersebut diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.817 + (-0.011)(X1) + 0.281(X2) + 0.479(X3) + e$$

Nilai konstanta sebesar 5.817 menunjukkan nilai dasar keputusan pembelian ketika seluruh variabel independen diasumsikan berada pada kondisi konstan. Nilai tersebut menjadi titik awal model sebelum mempertimbangkan perubahan pada masing-masing variabel bebas.

Nilai koefisien regresi variabel persepsi pengguna transportasi publik (X1) sebesar -0.011 menunjukkan arah hubungan negatif terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi pengguna transportasi publik memiliki arah hubungan yang berlawanan dengan keputusan pembelian dalam model regresi. Besarnya koefisien yang relatif kecil mengindikasikan bahwa perubahan pada variabel ini hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil terhadap nilai prediksi keputusan pembelian.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.281 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki arah hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura-Surabaya juga cenderung meningkat, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Nilai koefisien regresi variabel harga (X3) sebesar 0.479 menunjukkan bahwa harga memiliki arah hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin terjangkau harga menurut konsumen, maka keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura-Surabaya juga cenderung meningkat. Selain itu, variabel harga memiliki nilai koefisien standar (Standardized Beta) terbesar dibandingkan variabel independen lainnya, sehingga dapat diartikan bahwa harga merupakan variabel yang paling dominan dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura-Surabaya.

Hasil Analisis Data

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.142	3	72.381	22.063	.000 ^b
	Residual	301.816	92	3.281		
	Total	518.958	95			

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 5, uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel persepsi pengguna transportasi publik (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Dalam pengujian ini, derajat kebebasan dihitung menggunakan rumus $df = (n-k-1)$ sehingga diperoleh:

$$df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = n - k = 96 - 4 = 92$$

Berdasarkan nilai tersebut, diperoleh nilai F tabel sebesar 2.704

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 22.063 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 dan nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($22.063 > 2.704$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan responden dalam memilih bus konvensional jurusan Madura-Surabaya tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi beberapa faktor yang saling berkaitan. Persepsi pengguna terhadap layanan, kualitas pelayanan yang dirasakan selama perjalanan, serta harga yang ditawarkan secara bersama-sama menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi dalam memengaruhi keputusan pembelian pengguna bus konvensional jurusan Madura-Surabaya.

Tabel 6. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.817	1.816		3.203	.002
	X1	-.011	.137	-.008	-.078	.938
	X2	.281	.082	.333	3.421	.001
	X3	.479	.091	.475	5.283	.000

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 6, uji *t* dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 92 dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai *t* tabel sebesar 1,661. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi pengguna transportasi publik (X1) memperoleh nilai *t* hitung sebesar -0,078 dengan signifikansi 0,938, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai signifikansi > 0,05 dan $|t_{hitung}| < t_{tabel}$. Sementara itu, kualitas pelayanan (X2) memiliki *t* hitung sebesar 3,421 dan signifikansi 0,001, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai *t* hitung sebesar 5,283 dan signifikansi 0,000, sekaligus menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat karena memiliki nilai *t* hitung tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan semakin sesuai serta terjangkau harga yang ditawarkan, semakin besar kecenderungan konsumen untuk memilih bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan
1	H1: Persepsi Pengguna Transportasi Publik (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya	Diterima
2	H2: Persepsi Pengguna Transportasi Publik (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya	Ditolak
3	H3: Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya	Diterima
4	H4: Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Konvensional Jurusan Madura-Surabaya	Diterima

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.399	1.81125
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.399. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi pengguna transportasi publik (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) secara simultan mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 39.9%. Sementara itu sebesar 60.1% belum dapat dijelaskan oleh model regresi dalam penelitian ini, sehingga diduga dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian serta faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam analisis ini.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Pengguna Transportasi Publik, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna bus konvensional jurusan Madura-Surabaya. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), serta nilai F hitung sebesar 22.063 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 2.704 ($22.063 > 2.704$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih bus konvensional sebagai sarana transportasi. Dengan kata lain, semakin baik persepsi pengguna terhadap layanan bus, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, serta semakin sesuai harga yang

ditawarkan, maka kecenderungan masyarakat untuk membeli atau menggunakan layanan bus konvensional juga akan semakin tinggi.

Secara statistik, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian sebesar 39.9%, sedangkan 60.1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, masih terdapat faktor lain yang juga dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih moda transportasi.

Keputusan pembelian tiket bus konvensional dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian Ismail et al., (2024) persepsi konsumen dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi yang positif terhadap layanan, didukung oleh kualitas pelayanan yang baik, mampu meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, ketika kedua faktor tersebut dikelola secara bersamaan, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian menjadi lebih kuat dibandingkan jika hanya mengandalkan salah satu faktor saja.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Hadju & Sitohang (2020) konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang terjangkau, tetapi juga menilai kualitas pelayanan yang diberikan sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Selain itu, hasil penelitian oleh Salsabilla & Pradana (2024) kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor penting yang dapat mendorong masyarakat dalam memutuskan menggunakan jasa transportasi.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan bus konvensional jurusan Madura–Surabaya dipengaruhi oleh keterkaitan antara persepsi pengguna terhadap layanan, kualitas pelayanan yang dirasakan selama perjalanan, serta harga yang ditawarkan. Ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan pembelian. Oleh karena itu, penyedia jasa bus konvensional perlu terus menjaga persepsi positif masyarakat, meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten, dan menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan serta harapan pengguna agar tetap menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan perjalanan.

Pengaruh Persepsi Pengguna Transportasi Publik terhadap Keputusan Pembelian

Pada variabel persepsi pengguna transportasi publik, hasil uji statistik (uji t) menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0.938 yang lebih besar dari 0.05 ($0.938 > 0.05$), serta nilai t hitung sebesar -0.078 yang lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 1.661 ($-0.078 < 1.661$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi pengguna transportasi publik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi pengguna transportasi publik belum menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan berdasarkan karakteristik responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden berusia 17–25 tahun sebanyak 61 orang (63.5%), yang merupakan kelompok usia produktif dengan mobilitas yang cukup tinggi. Sebagian besar responden juga menggunakan bus untuk kunjungan keluarga (30.2%), sekolah atau kuliah (26.0%), dan bekerja (22.9%). Tujuan perjalanan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bus lebih didorong oleh kebutuhan mobilitas sehari-hari daripada oleh persepsi terhadap layanan. Dalam kondisi seperti ini, responden cenderung tetap menggunakan bus karena harus mencapai tujuan perjalanan mereka, sehingga baik atau buruknya persepsi terhadap layanan tidak menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan pembelian.

Selain itu, mayoritas responden telah menggunakan bus konvensional lebih dari lima kali sebanyak 37 orang (38.5%). Frekuensi penggunaan yang cukup tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah terbiasa menggunakan bus konvensional jurusan Madura–Surabaya. Kebiasaan tersebut menyebabkan keputusan pembelian lebih didasarkan pada pengalaman penggunaan yang

berulang dan kebutuhan perjalanan yang terus berlangsung, bukan lagi pada persepsi awal terhadap layanan bus. Dengan demikian, meskipun responden memiliki persepsi yang cukup baik mengenai transportasi bus konvensional, persepsi tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Keputusan mereka lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas pelayanan yang dirasakan secara langsung dan harga yang harus dibayarkan, yang dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ismail et al., (2024) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa persepsi yang positif terhadap suatu produk atau layanan dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Perbedaan hasil penelitian ini diduga disebabkan oleh perbedaan karakteristik objek penelitian. Penelitian Ismail et al., (2024) dilakukan pada sektor kuliner, di mana keputusan pembelian konsumen cenderung dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas produk, cita rasa, serta pengalaman yang diperoleh saat mengonsumsi produk tersebut. Sementara itu, penelitian ini dilakukan pada pengguna bus konvensional jurusan Madura–Surabaya yang umumnya menggunakan layanan transportasi untuk memenuhi kebutuhan mobilitas. Dalam kondisi tersebut, keputusan pembelian tiket lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat fungsional, seperti kualitas pelayanan, harga, dan ketersediaan jadwal perjalanan, dibandingkan dengan persepsi pengguna terhadap transportasi publik. Oleh karena itu, persepsi pengguna transportasi publik belum menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian tiket bus konvensional pada penelitian ini.

Penelitian ini juga berbeda dengan penelitian Diven & Khoiri (2023) yang membuktikan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi yang terbentuk dari pengalaman dan informasi konsumen menjadi salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian.

Perbedaan hasil penelitian ini diduga dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik objek penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan pada objek dan kondisi yang berbeda dengan penelitian ini, sehingga faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian juga tidak sepenuhnya sama. Pada pengguna bus konvensional jurusan Madura–Surabaya, keputusan untuk membeli tiket cenderung didasarkan pada kebutuhan untuk melakukan perjalanan, harga tiket yang sesuai dengan kemampuan, serta kualitas pelayanan yang dirasakan selama menggunakan jasa transportasi tersebut. Dengan kondisi tersebut, persepsi pengguna terhadap transportasi publik belum tentu menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dipahami bahwa persepsi pengguna transportasi publik belum menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura–Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan penyedia jasa transportasi bus perlu lebih memperhatikan aspek-aspek yang benar-benar menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih layanan, seperti peningkatan kualitas pelayanan, ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan, kenyamanan selama perjalanan, serta penetapan harga yang sesuai dengan daya beli dan kebutuhan masyarakat. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk tetap memilih bus konvensional sebagai moda transportasi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$), serta nilai *t* hitung sebesar 3.421 yang lebih besar dibandingkan *t* tabel sebesar 1.661 ($3.421 > 1.661$). Selain itu, nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0.281 menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin

tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk memilih dan menggunakan bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Pengaruh tersebut dapat dipahami karena kualitas pelayanan merupakan aspek yang dirasakan secara langsung oleh penumpang selama menggunakan jasa transportasi. Pelayanan yang baik, seperti kondisi bus yang nyaman, ketepatan waktu keberangkatan, keramahan awak bus, serta keamanan selama perjalanan, mampu memberikan pengalaman yang positif bagi penumpang. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, penumpang akan merasa lebih yakin untuk kembali menggunakan layanan bus yang sama ketika melakukan perjalanan berikutnya.

Jika dikaitkan dengan karakteristik responden, hasil penelitian ini didukung oleh mayoritas responden yang berusia 17–25 tahun sebanyak 61 orang (63.5%). Kelompok usia tersebut merupakan usia yang memiliki mobilitas cukup tinggi sehingga lebih sering memanfaatkan transportasi umum untuk menunjang berbagai aktivitas. Selain itu, sebagian besar responden juga telah menggunakan bus konvensional lebih dari lima kali sebanyak 37 orang (38.5%). Frekuensi penggunaan yang cukup tinggi membuat responden memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menggunakan layanan bus, sehingga mereka dapat menilai secara langsung kualitas pelayanan yang diberikan, seperti ketepatan waktu, keramahan awak bus, kebersihan, serta kenyamanan selama perjalanan. Semakin sering responden menggunakan bus, semakin mudah pula mereka membandingkan kualitas pelayanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Oleh karena itu, pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman perjalanan yang positif dan meningkatkan kecenderungan responden untuk kembali memilih bus konvensional sebagai moda transportasi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Salsabilla & Pradana (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik mampu meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan kepercayaan konsumen sehingga mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa transportasi yang sama. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana kualitas pelayanan yang meliputi kenyamanan bus, ketepatan waktu keberangkatan, keramahan awak bus, serta keamanan selama perjalanan menjadi salah satu pertimbangan utama masyarakat dalam memutuskan menggunakan bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Razan & Saputro (2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bus. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas layanan yang baik, seperti kenyamanan armada, ketepatan waktu, kebersihan, dan profesionalisme awak bus, mampu meningkatkan kepuasan penumpang sehingga mendorong mereka untuk memilih kembali layanan bus yang sama.

Selain itu, hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Irawan & Senen (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik pelayanan yang diterima konsumen, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian atau menggunakan kembali jasa yang sama. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin memperkuat bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih moda transportasi, karena pelayanan yang baik mampu memberikan rasa nyaman, aman, dan kepuasan selama perjalanan.

Kesesuaian hasil penelitian ini dengan berbagai penelitian terdahulu semakin memperkuat bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian pengguna jasa transportasi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu menjadi perhatian utama bagi penyedia jasa bus konvensional, karena pelayanan yang baik tidak hanya mampu memenuhi harapan penumpang, tetapi juga mendorong mereka untuk tetap memilih dan menggunakan kembali layanan bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t), variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Selain itu, nilai t hitung sebesar 5.283 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1.661 ($5.283 > 1.661$). Nilai koefisien regresi sebesar 0.479 yang bernilai positif menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan kemampuan dan harapan penumpang, maka semakin besar pula kecenderungan masyarakat untuk memilih bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Berdasarkan deskripsi jawaban responden, variabel harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 4.05 yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden menilai harga tiket bus konvensional sudah sesuai dengan manfaat yang diterima. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa tarif bus ekonomi Madura–Surabaya sesuai dengan kemampuan ekonomi responden (4.24), yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa kenaikan tarif sedikit saja akan membuat responden beralih ke moda transportasi lain (3.78), meskipun masih berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam keputusan pembelian, namun sebagian responden tetap mempertimbangkan faktor lain sebelum memutuskan berpindah ke moda transportasi yang berbeda.

Jika dikaitkan dengan karakteristik responden, hasil ini didukung oleh mayoritas responden yang berusia 17–25 tahun sebanyak 63.5%. Kelompok usia ini didominasi oleh pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat yang baru memasuki usia produktif sehingga cenderung lebih mempertimbangkan pengeluaran untuk kebutuhan transportasi. Selain itu, sebagian besar responden telah menggunakan bus konvensional lebih dari lima kali (38.5%). Frekuensi penggunaan yang cukup tinggi menunjukkan bahwa responden telah memiliki pengalaman dalam membandingkan tarif bus dengan moda transportasi lain. Pengalaman tersebut membuat responden lebih mampu menilai apakah harga tiket yang dibayarkan sudah sesuai dengan kenyamanan dan pelayanan yang diterima, sehingga harga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan bus konvensional.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Samarinda et al., (2024) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket, bahkan menjadi variabel yang paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keterjangkauan harga dan kesesuaiannya dengan manfaat yang diterima menjadi alasan utama konsumen dalam menentukan pilihan jasa transportasi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Bagung et al., (2024) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga serta kesesuaian antara tarif yang dibayarkan dengan manfaat yang diperoleh sebelum memutuskan menggunakan suatu produk atau jasa. Semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan harapan konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana responden menilai tarif bus konvensional jurusan Madura–Surabaya masih sesuai dengan kemampuan ekonomi dan manfaat yang diperoleh selama perjalanan, sehingga harga menjadi salah satu faktor yang mendorong masyarakat dalam memutuskan menggunakan layanan bus konvensional.

Selain itu, hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Adelia (2022) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen sebelum membeli tiket. Dalam kondisi perekonomian yang tidak menentu, konsumen cenderung lebih selektif dalam memilih jasa transportasi dan akan membandingkan tarif yang ditawarkan dengan

manfaat yang diperoleh. Apabila harga dianggap sesuai dan terjangkau, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Kesesuaian hasil penelitian ini dengan ketiga penelitian terdahulu semakin memperkuat bahwa harga merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, responden menilai tarif bus konvensional jurusan Madura–Surabaya masih sesuai dengan kemampuan ekonomi serta sebanding dengan manfaat yang diperoleh selama perjalanan. Oleh karena itu, penyedia jasa bus konvensional perlu mempertahankan tarif yang kompetitif sekaligus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, masyarakat akan merasa memperoleh nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan sehingga keputusan untuk memilih dan menggunakan kembali bus konvensional dapat terus meningkat.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bus konvensional jurusan Madura–Surabaya. Secara parsial, persepsi pengguna transportasi publik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa persepsi umum masyarakat belum menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan menggunakan bus konvensional. Sebaliknya, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga peningkatan kenyamanan, ketepatan waktu, keamanan, dan keramahan awak bus dapat mendorong keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta menjadi variabel yang paling dominan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,475. Temuan ini menunjukkan bahwa keterjangkauan tarif dan kesesuaian harga dengan manfaat serta kualitas layanan menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memilih bus konvensional jurusan Madura–Surabaya.

Keterbatasan

Penelitian ini hanya memfokuskan pada tiga variabel, yaitu persepsi pengguna transportasi publik, kualitas pelayanan, dan harga dalam menjelaskan keputusan pembelian. Padahal, keputusan seseorang dalam memilih jasa transportasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti citra perusahaan, kepuasan pelanggan, kemudahan akses, maupun loyalitas pelanggan. Hal ini juga terlihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0.399 atau 39.9%, yang menunjukkan bahwa masih terdapat 60.1% faktor lain di luar penelitian ini yang turut memengaruhi keputusan pembelian.

Saran

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian, baik dari jumlah responden maupun wilayah penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi pengguna bus konvensional secara lebih luas. Selain itu, penggunaan metode wawancara sebagai pelengkap kuesioner juga dapat dipertimbangkan agar informasi yang diperoleh lebih mendalam dan mampu memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Referensi

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yayasan penerbit Muhammad Zaini.*
- Adelia, P. S. (2022). *Pengaruh Penerapan Protokol Kesehatan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Indonesia Di Bandar Udara International Adi Soemarmo*

- Solo. *Flight Attendant Kedirgantaraan : Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 4(1), 39–47. <https://doi.org/10.56521/attendant-dirgantara.v4i1.535>
- Adelina Sofia Sila, L. L. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket. *SJMB: Scientific Journal of Management and Business*, 1-13. doi: <https://doi.org/10.37478/sjmb.v4i1.5527>
- Almy Aprilia Azizi Hasib, Denok Elvira Hanindiya, & Adam Jamal. (2024). Strategi Pengambilan Keputusan Terhadap Perluasan Layanan Bus Trans Jatim Ke Lamongan dan Bangkalan. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(3), 116–124. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i3.1202>
- Bagung, V. K. D., Fanggidae, R. P. C., Kurniawati, M., & Bunga, M. (2024). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Aplikasi Online Traveloka (Studi Pada Masyarakat Kota Kupang). *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(6), 1363–1373. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i6.16537>
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik. (2025, September 30). *Buka Rakornis Perhubungan Darat 2025, Menhub Dudy Tegaskan Peran Inovasi Teknologi dalam Tata Kelola Manajemen Transportasi Darat Kementerian Perhubungan Republik Indonesia*. <https://dephub.go.id/post/read/buka-rakornis-perhubungan-darat-2025-menhub-dudy-tegaskan-peran-inovasi-teknologi-dalam-tata-kelola-manajemen-transportasi-darat>
- Dinata, M. P., Napitupulu, B. B. J., & Novitasari, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Dealer Honda Tigaraksa Pt Tualan Lumbung Harapan. *Jurnal Jubisma*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.58217/jubisma.v6i2.166>
- Forino, B. D., & Putranto, L. S. (2023). Persepsi Pengguna Transportasi Umum Di Jabodetabek Terhadap Integrasi Tarif Pt Jaklingko Indonesia. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 71–84. <https://doi.org/10.24912/jmts.v6i1.16430>
- Habibah, C. M., Putri, N. P. P. K., Astuti, N. K. R. S., & Mardikawati, B. (2025). Eksplorasi Preferensi Penumpang: Perbandingan Lima Bus Antar Kota Dengan Penumpang Terbanyak Di Bali. *Jurnal Transportasi*, 25, 13–22.
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (Jimmba)*, 5(4), 465–480. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i4.478>
- Ismail, Iqbal, T., & Anisah. (2024). Dampak Persepsi Konsumen dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 1(2), 45–57. <https://doi.org/10.63447/jmt.v1i2.1107>
- Jeriansyah, J., & Yudianto, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Maskapai Nam Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah. *Journal of Education Transportation and Business*, 1(2), 325–334. <https://doi.org/10.57235/jetbus.v1i2.3728>
- Kasiani, S., & Widiyarta, A. (2023). Persepsi Kualitas Pelayanan Bus Trans Jatim Koridor I (Sidoarjo-Surabaya-Gresik) Sebagai Transportasi Publik Di Jawa Timur. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 06(02), 197–216. <https://doi.org/10.36341/jdp.v6i2.3796>
- Kemenhub, 2024. (n.d.). Retrieved November 14, 2025, from https://ppid.dephub.go.id/fileupload/informasi-berkala/20240603141046.TTD_Laptah_BKT_2023.pdf
- Murhadi, W. R. (2025). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Ekuitas Publisher.
- Nilsson, J., Jansson, J., Nicholas, K., & Zhao, C. (2025). Traveler perceived service quality and satisfaction with public transport: The influence of digital competence and environmental attitudes. *Transport Policy*, 172, 103741. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2025.07.022>

- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS. WADE GROUP.
- Rianawati, E., Alberdi, H., Salsabilla, A. H., Larasati, M., Pranindita, N., & Hamdani, R. S. (2022). *Transformasi Transportasi Jakarta: Mengkaji ulang target emisi nol sektor transportasi tahun 2050*.
- Rizki, F. M., & Susanti, A. (2023). *Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Pelayanan Angkutan Umum Pedesaan (Lyn) Rute Trayek Desa Metatu-Terminal Gubernur Suryo Kabupaten Gresik*. 1(3).
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sipayung, F., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab di Kota Batam. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 226. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.17238>
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-591-436-2>
- Susanti, A. V., Taufik, R., & Yam, J. H. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Dengan Moderasi Promosi*.
- Syahputra, M. I., & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV.Satria Mobil Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 1(2), 104–119. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.332>
- Utomo, S. B., Harahap, M., Sukoco, H., Anggraini, D., Sulkaisi, N., Patimang, A., Pandowo, A., Rahmaddian, T., Papilaya, F., & Ulma, R. O. (2024). *CV Hei Publishing Indonesia*.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. Penerbit CV. Eureka Media Aksara.
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- Wijianto, W., Istianto, B., & Rukman, R. (2022). Analisis Kepuasan Publik Terhadap Angkutan Umum Model Jak Lingko Sebagai Pengintegrasian Antar Moda Transportasi Publik Di DKI Jakarta. *Jurnal Keselamatan Transportasi Jalan (Indonesian Journal of Road Safety)*, 9(2), 119–130. <https://doi.org/10.46447/ktj.v9i2.440>
- Zhuk, M., Pivtorak, H., & Gits, I. (2023). Assessment of the service quality in public transport (analysis of research in Lviv, Ukraine). *Transport Technologies*, 2023(2), 12–22. <https://doi.org/10.23939/tt2023.02.012>
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. *Yayasan Prima Agus Teknik*.

Adit Toyyibi Lukmana *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Agus Widarko **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Restu Milaningtyas ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma